证券代码:002235　　证券简称:安妮股份　　公告编号:2020-021

厦门安妮股份有限公司

【2019】年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

公司负责人张杰、主管会计工作负责人张杰及会计机构负责人会计主管人员许志强声明:保证年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

本报告中涉及未来计划等前瞻性描述,不构成公司对投资者的实质性承诺,能否实现取决于市场状况、经营管理团队等多种因素,存在不确定性,请投资者注意投资风险。

非标准审计意见提示

☐ 适用 √ 不适用

董事会对议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

☐ 适用 √ 不适用

公司计划不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1.公司简介

股票简称	安妮股份	股票代码	002235
股票上市交易所	深圳证券交易所		

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈文坚	唐静
办公地址	厦门市集美区杏林钢园南路99号	厦门市集美区杏林钢园南路99号
电话	0592-3152372	0592-3152372
电子信箱	chenwenjian@lanna.com.cn	xiaotang@lanna.com.cn

2.报告期主要业务或产品简介

(一)公司主要业务

安妮股份是一家以互联网应用和服务为主要领域和方向的综合企业集团,报告期内,公司主要业务为版权综合服务和商务信息用纸服务。

1.版权综合服务

公司以“让版权实现更大价值”为使命,以成为世界上最大的版权服务商为愿景,以顾客思维为基础,提出了“创作即确权,使用即授权,发现即维权”的核心基围产品思路,开发出以八大工具包(A)、区块链(B)、云计算(C)、大数据(D)为技术底层,提供确权、授权、维权、信息服务、资产管理、金融化六项服务的“版权家”版权综合服务平台,为权利人提供全面的版权服务,即从版权内容诞生到版权内容变现的全方位全价值链服务。

2.商务信息用纸服务

公司以客户需求为导向,为客户提供以标签为主的商用定制产品,以复印纸、热敏纸为主的办公用纸产品以及为国家彩票中心提供产品制造供应与服务。公司经过20余年的耕耘与产品经验积累,已经形成了良好的产品口碑及品牌效应,在与各大客户保持着长期稳定的合作关系的同时,积极开发新技术,通过一体化生产体系,为客户提供定制化服务,并提供多系列产品,技术及售后解决方案,不断提升公司的产品品质和服务品质。

报告期内,公司的标签业务主要的产品范围为汽车涂喷漆标签、日化产品标签、电子标签等,主要客户覆盖了BP、RIO、固特异轮胎、BOSCH、TOTAL、中石油、SK、龙蟒、固特异、高露洁、雅辉、福斯、比亚迪等,公司通过引入精益生产管理系统提升生产效率和产品质量,通过技术创新针对性解决客户的痛点!如外观设计年轻化的需求、防伪潜藏的需求、抵御酸雨环境条件的需求等),赢得了各行业客户的赞誉,为未来持续的市场开拓打下坚实的基础。同时,公司也积极响应政府的“绿水青山就是金山银山”的号召,通过节约生产办公能源消耗,废弃物无害化处理及生产废料回收再利用等方式,积极践行生产过程中的环保水平。

(二)版权行业发展介绍

版权行业是一个具有广泛覆盖面的历史悠久的行业,从中国古代四大发明之二的造纸术和印刷术发明之后,出版业开始晋及,书籍生产成本大幅度降低,逐渐成为一种都市商品,从唐代开始就发现了盗版现象,为了保护自身利益,出版商开始寻求有别于普通财产的特殊保护。宋代程朱之在其刻印的《东都市肆》日录后有长方所记云:“君山程全人宅刊行,已申上讫,不许复版”,表明了出版商力图执占著作权法的诉求,标志着中国版权意识的萌芽。但是在一千多年前的宋代,这种对版权保护申请的许可只是属于官府的行政庇护,中来自于制度性保护,而这种保护也只是处于个别的、局限的、区域性的、潜以进行大规模推广,因此中国古代的版权产业发展相对缓慢。而反观西方,1710年英国议会通过了被认为“世界上第一部版权法”的《安妮法案》,这为版权产业发展的重要里程碑,该法案的全称是《于法定期间授予被印刷书籍者之作者或购买者复制原稿权或出版知识之法》,已经隐含了现代《著作权法》的基本元素。《安妮法案》之后的近两个世纪,版权保护的理念经过几代出版人不断的完善和细化,也基本形成了国际通行的《保护文学和艺术作品伯尔尼公约》,该公约奉行“国民待遇原则”、“自动保护原则”、“独立保护原则”和“最低保护限度原则”,在四项原则下,保护缔约国国民的或在缔约国内首次发表的一切文学艺术作品的精神权利和经济权利,在经过了的时近百年的多次修补和修订后,《伯尔尼公约》的实体条文于1971年获得绝大多数成员国的批准,标志着国际版权保护体系的初步形成。1992年10月,中国成为该公约的成员国。

在2000年前后,随着互联网及计技术的蓬勃发展,作品的表现形式日趋丰富,内容数字化成为必然的趋势,而对于数字版权的保护也成为版权行业从业者面临的全新课题。其中的里程碑事件是美国于1998年宣布正式生效的《数字千年版权法》,这一法案实质了“印刷版权-电子版权-网络版权”保护的制度创新,是美国为应对数字化时代的挑战和世界知识产权组织的新规范而实施的重要法律,也针对数字技术和网络环境的特点,为全球数字版权的认证和保护提供了新的思考和范例。《数字千年版权法》实施后的1998年到2015年,美国核心版权业产值复合增速达到了5.5%,2015年产值突破了12万亿美元。

回顾国国内数字版权行业的发展,随着2001年中国加入WTO,逐步融入全球经济贸易体系,经济增长飞速发展,特别是在2008年金融危机之后,以4G技术普及应用为引领的移动互联时代在国内快速到来,网络数字版权成为版权行业里面越来越重要的一个分支。根据《中国网络版权产业发展报告(2019)》统计显示,2018年中国网络版权的市场规模突破了7400亿元人民币,同比增速为16.6%,从2013年至2018年的年复合增速达到了28%;而在产业细分结构方面,新闻、游戏和视频成为三大支柱,合计贡献了85%的份额,同时,直播、动漫和短视频的占比也逐步提高,产业结构日趋多元化;更重要的是,从盗刊模式上看,广告收入与用户付费的占比已经接近1:1,说明用户付费意识的觉醒,也为产业的发展,特别是优质内容的创作提供了更有利的生态环境。

目前,数字版权产业的发展有以下几个鲜明的特点:

· 内容生产大众化——“人人都是创作者,人人都是版权人”,以手机和其他外设工具为代表的创作工具的普及,人设大的不断成熟以及内容消费需求的个性化趋势为基础,以各种创作平台/自媒体平台的蓬勃发展为环境,内容生产由原来具有较高门槛的专业商业化行为逐渐变为低门槛的普通大众化行为,大量非职业创作人进入内容生产领域,如何为海量创作者提供优质高效的服务将会是未来行业所面临的课题,也会是最大的行业增长点。

· 版权服务智能化——随着人工智能、区块链、云计算、大数据等技术的日益成熟,逐渐成为版权产业改变的重要推动力量,在内容生产、分发、消费的各个环节发挥越来越大的作用。主要表现为智能化生产、算法化分发、个性化补充化消费,三者肯尼相扣形成完整的闭环,相互影响相互联动;而以传统巨头BAT和新兴巨头字节跳动为代表的各大平台,在逐步构建内容新生态,如何利用技术提高服务的效率,扩大服务的范围成为从业者面临的新课题。

· 用户范围扩大化——随着移动互联网的高速发展,以微博、微信、抖音、快手等平台为代表的社交媒体快速壮大(微博平台MAU接近6亿,平均DAU超2亿;3600万微信公众号中活跃比例已达16%以上;抖音平台的DAU更是超过了4亿),这些庞大的用户触生了许多新兴的应用场景和服务,内容生产的主体由原来的专业内容生产者变为了大众内容生产者,因此,如何为海量的内容生产领域由小众专业市场向大众审专业市场的转变,也会是最大的行业增长点。

· 版权保护规范化——随着中美贸易协定的逐步签署,知识产权成为其中最为引人关注的议题,而作为知识产权重要组成部分的版权,国家的保护力度也在不断加大,如于2019年的“剑网行动”对网络侵权行为的打击日见成效,以《著作权法》为代表的相关法律不断完善。而公众版权意识的不断加强,也是版权产业不断壮大的核心推动力。在2019年的《政府工作报告》中,总理提出了“全面加强知识产权保护,健全知识产权侵权惩处和快速维权机制,促进知识产权创造和运用”;而中共中央在以发的《深化党和国家机构改革方案》中,决定由中央宣传部统一管理版权工作。这一系列的措施,无不体现了党和国家对知识产权保护工作的高度重视,这也为版权产业的发展提供了新契机。

“内容生产大众化、版权服务智能化、用户范围扩大化、版权保护规范化”等趋势,推动版权行业高速发展,而中国的数字版权产业,也在展现出无限潜力。

(1)主动承担社会责任,反映社会责任感;

(2)用户版权意识提高,付费意愿逐步增强;

(3)版权产业跨界融合,产业生态不断创新;

(4)创作形式持续创新,技术推动产业发展;

(5)海外市场方面加大,原创文化国际认可。

数字版权行业的高速发展壮大,为公司核心主营业务的增长提供了广阔的空间,公司将迎来高速发展的历史机遇期。公司将坚持以“让版权实现更大价值”为使命,以成为世界上最大的版权服务商为愿景,向内把心修炼内功,向外积极拓展客户,通过不断强化以“版权家”为核心的对权不同业务品类的小生态,构建版权服务的大生态。

3.主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

☐ 是 √ 否

单位:元

	2019年	2018年	本年比上年增减	2017年
营业收入(元)	432,752,749.83	714,872,486.11	-39.46%	618,420,472.76
归属于上市公司股东的净利润(元)	24,067,568.30	75,525,209.45	-68.15%	-305,071,834.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-239,770,406.84	13,564,916.22	-1,867.58%	-411,132,588.76
经营活动产生的现金流量净额(元)	69,966,034.18	-137,740,789.49	150.79%	-22,309,892.36
基本每股收益(元/股)	0.0388	0.1211	-67.96%	-0.5875
稀释每股收益(元/股)	0.0388	0.1211	-67.96%	-0.5875
加权平均净资产收益率	1.08%	3.42%	-2.34%	-16.63%
	2019年末	2018年末	本年末比上年末增减	2017年末
总资产(元)	2,266,563,046.72	2,521,858,973.64	-10.56%	2,496,861,011.91
归属于上市公司股东的净资产(元)	1,896,266,564.61	2,186,643,871.73	-15.11%	2,217,496,298.47

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	109,921,294.29	87,610,727.26	87,131,679.53	148,089,047.75
归属于上市公司股东的净利润	99,620,927.44	738,087.97	-13,246,146.73	-62,966,313.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	243,807.92	-5,112,751.56	-14,140,127.84	-220,761,335.36
经营活动产生的现金流量净额	19,639,925.87	3,473,898.56	2,870,406.91	43,970,713.86

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

☐ 是 √ 否

4.股东及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	76,676	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	74,318	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
林旭疆	境内自然人	14.90%	86,669,683				
张杰	境内自然人	6.90%	40,168,494	34,486,420			
杨超	境内自然人	3.63%	21,113,560	20,905,890	质押	20,699,998	
邵淑	境内非国有法人	0.81%	4,700,000				
中国建设银行股份有限公司-华泰柏瑞盛世中国三年定期开放混合型证券投资基金	境内自然人	0.50%	2,885,539				
朱小燕	境内自然人	0.38%	2,196,000				
张海明	境内自然人	0.31%	1,826,860				
蔡晓东	境内非国有法人	0.30%	1,771,500				
浙江九鼎资产管理有限公司-九鼎幻方稳月20号私募基金	境内自然人	0.27%	1,590,585				
陈炳牡	境内自然人	0.23%	1,343,400				

上述股东关联关系或一致行动的说明　前述股东中,张杰和林旭疆为夫妻关系;除此之外,公司不知悉其他股东之间是否存在关联关系。

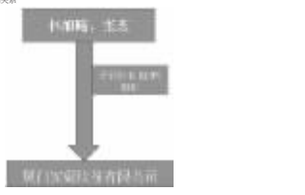
参与融资融券业务股东情况说明(如有)　邵淑所持股份4,700,000股通过其信用证券账户持有;蔡晓东所持股份中的921,800股通过其信用证券账户持有;陈炳牡所持有股份1,343,400股通过其信用证券账户持有。

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

☐ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5.公司债券情况

否

三、经营情况讨论与分析

1.报告期经营情况简介

报告期内,公司持续践行“让版权实现更大价值”,深耕版权综合服务市场,依托内部研发不断的技术迭代,提升版权产品服务、版权经营服务、版权管理服务的能力。公司组建不同的团队,针对版权领域不同的品类进行针对性的开发和拓展,努力争取抓住版权行业高速发展的历史机遇期,在不断发展壮大的市场规模基础上,通过一体化生产体系,为客户提供定制化服务,并提供多系列产品、技术及售后解决方案,不断提升公司的产品品质和服务品质。

报告期内,公司的标签业务主要的产品范围为汽车涂喷漆标签、日化产品标签、电子标签等,主要客户覆盖了BP、RIO、固特异轮胎、BOSCH、TOTAL、中石油、SK、龙蟒、固特异、高露洁、雅辉、福斯、比亚迪等,公司通过引入精益生产管理系统提升生产效率和产品质量,通过技术创新针对性解决客户的痛点!如外观设计年轻化的需求、防伪潜藏的需求、抵御酸雨环境条件的需求等),赢得了各行业客户的赞誉,为未来持续的市场开拓打下坚实的基础。同时,公司也积极响应政府的“绿水青山就是金山银山”的号召,通过节约生产办公能源消耗,废弃物无害化处理及生产废料回收再利用等方式,积极践行生产过程中的环保水平。

(二)版权行业发展介绍

版权行业是一个具有广泛覆盖面的历史悠久的行业,从中国古代四大发明之二的造纸术和印刷术发明之后,出版业开始晋及,书籍生产成本大幅度降低,逐渐成为一种都市商品,从唐代开始就发现了盗版现象,为了保护自身利益,出版商开始寻求有别于普通财产的特殊保护。宋代程朱之在其刻印的《东都市肆》日录后有长方所记云:“君山程全人宅刊行,已申上讫,不许复版”,表明了出版商力图执占著作权法的诉求,标志着中国版权意识的萌芽。但是在一千多年前的宋代,这种对版权保护申请的许可只是属于官府的行政庇护,中来自于制度性保护,而这种保护也只是处于个别的、局限的、区域性的、潜以进行大规模推广,因此中国古代的版权产业发展相对缓慢。而反观西方,1710年英国议会通过了被认为“世界上第一部版权法”的《安妮法案》,这为版权产业发展的重要里程碑,该法案的全称是《于法定期间授予被印刷书籍者之作者或购买者复制原稿权或出版知识之法》,已经隐含了现代《著作权法》的基本元素。《安妮法案》之后的近两个世纪,版权保护的理念经过几代出版人不断的完善和细化,也基本形成了国际通行的《保护文学和艺术作品伯尔尼公约》,该公约奉行“国民待遇原则”、“自动保护原则”、“独立保护原则”和“最低保护限度原则”,在四项原则下,保护缔约国国民的或在缔约国内首次发表的一切文学艺术作品的精神权利和经济权利,在经过了的时近百年的多次修补和修订后,《伯尔尼公约》的实体条文于1971年获得绝大多数成员国的批准,标志着国际版权保护体系的初步形成。1992年10月,中国成为该公约的成员国。

在2000年前后,随着互联网及计技术的蓬勃发展,作品的表现形式日趋丰富,内容数字化成为必然的趋势,而对于数字版权的保护也成为版权行业从业者面临的全新课题。其中的里程碑事件是美国于1998年宣布正式生效的《数字千年版权法》,这一法案实质了“印刷版权-电子版权-网络版权”保护的制度创新,是美国为应对数字化时代的挑战和世界知识产权组织的新规范而实施的重要法律,也针对数字技术和网络环境的特点,为全球数字版权的认证和保护提供了新的思考和范例。《数字千年版权法》实施后的1998年到2015年,美国核心版权业产值复合增速达到了5.5%,2015年产值突破了12万亿美元。

回顾国国内数字版权行业的发展,随着2001年中国加入WTO,逐步融入全球经济贸易体系,经济增长飞速发展,特别是在2008年金融危机之后,以4G技术普及应用为引领的移动互联时代在国内快速到来,网络数字版权成为版权行业里面越来越重要的一个分支。根据《中国网络版权产业发展报告(2019)》统计显示,2018年中国网络版权的市场规模突破了7400亿元人民币,同比增速为16.6%,从2013年至2018年的年复合增速达到了28%;而在产业细分结构方面,新闻、游戏和视频成为三大支柱,合计贡献了85%的份额,同时,直播、动漫和短视频的占比也逐步提高,产业结构日趋多元化;更重要的是,从盗刊模式上看,广告收入与用户付费的占比已经接近1:1,说明用户付费意识的觉醒,也为产业的发展,特别是优质内容的创作提供了更有利的生态环境。

目前,数字版权产业的发展有以下几个鲜明的特点:

· 内容生产大众化——“人人都是创作者,人人都是版权人”,以手机和其他外设工具为代表的创作工具的普及,人设大的不断成熟以及内容消费需求的个性化趋势为基础,以各种创作平台/自媒体平台的蓬勃发展为环境,内容生产由原来具有较高门槛的专业商业化行为逐渐变为低门槛的普通大众化行为,大量非职业创作人进入内容生产领域,如何为海量创作者提供优质高效的服务将会是未来行业所面临的课题,也会是最大的行业增长点。

· 版权服务智能化——随着人工智能、区块链、云计算、大数据等技术的日益成熟,逐渐成为版权产业改变的重要推动力量,在内容生产、分发、消费的各个环节发挥越来越大的作用。主要表现为智能化生产、算法化分发、个性化补充化消费,三者肯尼相扣形成完整的闭环,相互影响相互联动;而以传统巨头BAT和新兴巨头字节跳动为代表的各大平台,在逐步构建内容新生态,如何利用技术提高服务的效率,扩大服务的范围成为从业者面临的新课题。

· 用户范围扩大化——随着移动互联网的高速发展,以微博、微信、抖音、快手等平台为代表的社交媒体快速壮大(微博平台MAU接近6亿,平均DAU超2亿;3600万微信公众号中活跃比例已达16%以上;抖音平台的DAU更是超过了4亿),这些庞大的用户触生了许多新兴的应用场景和服务,内容生产的主体由原来的专业内容生产者变为了大众内容生产者,因此,如何为海量的内容生产领域由小众专业市场向大众审专业市场的转变,也会是最大的行业增长点。

· 版权保护规范化——随着中美贸易协定的逐步签署,知识产权成为其中最为引人关注的议题,而作为知识产权重要组成部分的版权,国家的保护力度也在不断加大,如于2019年的“剑网行动”对网络侵权行为的打击日见成效,以《著作权法》为代表的相关法律不断完善。而公众版权意识的不断加强,也是版权产业不断壮大的核心推动力。在2019年的《政府工作报告》中,总理提出了“全面加强知识产权保护,健全知识产权侵权惩处和快速维权机制,促进知识产权创造和运用”;而中共中央在以发的《深化党和国家机构改革方案》中,决定由中央宣传部统一管理版权工作。这一系列的措施,无不体现了党和国家对知识产权保护工作的高度重视,这也为版权产业的发展提供了新契机。

“内容生产大众化、版权服务智能化、用户范围扩大化、版权保护规范化”等趋势,推动版权行业高速发展,而中国的数字版权产业,也在展现出无限潜力。

(1)主动承担社会责任,反映社会责任感;

(2)用户版权意识提高,付费意愿逐步增强;

(3)版权产业跨界融合,产业生态不断创新;

(4)创作形式持续创新,技术推动产业发展;

(5)海外市场方面加大,原创文化国际认可。

数字版权行业的高速发展壮大,为公司核心主营业务的增长提供了广阔的空间,公司将迎来高速发展的历史机遇期。公司将坚持以“让版权实现更大价值”为使命,以成为世界上最大的版权服务商为愿景,向内把心修炼内功,向外积极拓展客户,通过不断强化以“版权家”为核心的对权不同业务品类的小生态,构建版权服务的大生态。

3.主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

☐ 是 √ 否

单位:元

	2019年	2018年	本年比上年增减	2017年
营业收入(元)	432,752,749.83	714,872,486.11	-39.46%	618,420,472.76
归属于上市公司股东的净利润(元)	24,067,568.30	75,525,209.45	-68.15%	-305,071,834.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-239,770,406.84	13,564,916.22	-1,867.58%	-411,132,588.76
经营活动产生的现金流量净额(元)	69,966,034.18	-137,740,789.49	150.79%	-22,309,892.36
基本每股收益(元/股)	0.0388	0.1211	-67.96%	-0.5875
稀释每股收益(元/股)	0.0388	0.1211	-67.96%	-0.5875
加权平均净资产收益率	1.08%	3.42%	-2.34%	-16.63%
	2019年末	2018年末	本年末比上年末增减	2017年末
总资产(元)	2,266,563,046.72	2,521,858,973.64	-10.56%	2,496,861,011.91
归属于上市公司股东的净资产(元)	1,896,266,564.61	2,186,643,871.73	-15.11%	2,217,496,298.47

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	109,921,294.29	87,610,727.26	87,131,679.53	148,089,047.75
归属于上市公司股东的净利润	99,620,927.44	738,087.97	-13,246,146.73	-62,966,313.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	243,807.92	-5,112,751.56	-14,140,127.84	-220,761,335.36
经营活动产生的现金流量净额	19,639,925.87	3,473,898.56	2,870,406.91	43,970,713.86

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

☐ 是 √ 否

4.股东及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	76,676	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	74,318	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
林旭疆	境内自然人	14.90%	86,669,683				
张杰	境内自然人	6.90%	40,168,494	34,486,420			
杨超	境内自然人	3.63%	21,113,560	20,905,890	质押	20,699,998	
邵淑	境内非国有法人	0.81%	4,700,000				
中国建设银行股份有限公司-华泰柏瑞盛世中国三年定期开放混合型证券投资基金	境内自然人	0.50%	2,885,539				
朱小燕	境内自然人	0.38%	2,196,000				
张海明	境内自然人	0.31%	1,826,860				
蔡晓东	境内非国有法人	0.30%	1,771,500				
浙江九鼎资产管理有限公司-九鼎幻方稳月20号私募基金	境内自然人	0.27%	1,590,585				
陈炳牡	境内自然人	0.23%	1,343,400				

上述股东关联关系或一致行动的说明　前述股东中,张杰和林旭疆为夫妻关系;除此之外,公司不知悉其他股东之间是否存在关联关系。

参与融资融券业务股东情况说明(如有)　邵淑所持股份4,700,000股通过其信用证券账户持有;蔡晓东所持股份中的921,800股通过其信用证券账户持有;陈炳牡所持有股份1,343,400股通过其信用证券账户持有。

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

☐ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5.公司债券情况

否

三、经营情况讨论与分析

1.报告期经营情况简介

报告期内,公司持续践行“让版权实现更大价值”,深耕版权综合服务市场,依托内部研发不断的技术迭代,提升版权产品服务、版权经营服务、版权管理服务的能力。公司组建不同的团队,针对版权领域不同的品类进行针对性的开发和拓展,努力争取抓住版权行业高速发展的历史机遇期,在不断发展壮大的市场规模基础上,通过一体化生产体系,为客户提供定制化服务,并提供多系列产品、技术及售后解决方案,不断提升公司的产品品质和服务品质。

报告期内,公司的标签业务主要的产品范围为汽车涂喷漆标签、日化产品标签、电子标签等,主要客户覆盖了BP、RIO、固特异轮胎、BOSCH、TOTAL、中石油、SK、龙蟒、固特异、高露洁、雅辉、福斯、比亚迪等,公司通过引入精益生产管理系统提升生产效率和产品质量,通过技术创新针对性解决客户的痛点!如外观设计年轻化的需求、防伪潜藏的需求、抵御酸雨环境条件的需求等),赢得了各行业客户的赞誉,为未来持续的市场开拓打下坚实的基础。同时,公司也积极响应政府的“绿水青山就是金山银山”的号召,通过节约生产办公能源消耗,废弃物无害化处理及生产废料回收再利用等方式,积极践行生产过程中的环保水平。

(二)版权行业发展介绍

版权行业是一个具有广泛覆盖面的历史悠久的行业,从中国古代四大发明之二的造纸术和印刷术发明之后,出版业开始晋及,书籍生产成本大幅度降低,逐渐成为一种都市商品,从唐代开始就发现了盗版现象,为了保护自身利益,出版商开始寻求有别于普通财产的特殊保护。宋代程朱之在其刻印的《东都市肆》日录后有长方所记云:“君山程全人宅刊行,已申上讫,不许复版”,表明了出版商力图执占著作权法的诉求,标志着中国版权意识的萌芽。但是在一千多年前的宋代,这种对版权保护申请的许可只是属于官府的行政庇护,中来自于制度性保护,而这种保护也只是处于个别的、局限的、区域性的、潜以进行大规模推广,因此中国古代的版权产业发展相对缓慢。而反观西方,1710年英国议会通过了被认为“世界上第一部版权法”的《安妮法案》,这为版权产业发展的重要里程碑,该法案的全称是《于法定期间授予被印刷书籍者之作者或购买者复制原稿权或出版知识之法》,已经隐含了现代《著作权法》的基本元素。《安妮法案》之后的近两个世纪,版权保护的理念经过几代出版人不断的完善和细化,也基本形成了国际通行的《保护文学和艺术作品伯尔尼公约》,该公约奉行“国民待遇原则”、“自动保护原则”、“独立保护原则”和“最低保护限度原则”,在四项原则下,保护缔约国国民的或在缔约国内首次发表的一切文学艺术作品的精神权利和经济权利,在经过了的时近百年的多次修补和修订后,《伯尔尼公约》的实体条文于1971年获得绝大多数成员国的批准,标志着国际版权保护体系的初步形成。1992年10月,中国成为该公约的成员国。

在2000年前后,随着互联网及计技术的蓬勃发展,作品的表现形式日趋丰富,内容数字化成为必然的趋势,而对于数字版权的保护也成为版权行业从业者面临的全新课题。其中的里程碑事件是美国于1998年宣布正式生效的《数字千年版权法》,这一法案实质了“印刷版权-电子版权-网络版权”保护的制度创新,是美国为应对数字化时代的挑战和世界知识产权组织的新规范而实施的重要法律,也针对数字技术和网络环境的特点,为全球数字版权的认证和保护提供了新的思考和范例。《数字千年版权法》实施后的1998年到2015年,美国核心版权业产值复合增速达到了5.5%,2015年产值突破了12万亿美元。

回顾国国内数字版权行业的发展,随着2001年中国加入WTO,逐步融入全球经济贸易体系,经济增长飞速发展,特别是在2008年金融危机之后,以4G技术普及应用为引领的移动互联时代在国内快速到来,网络数字版权成为版权行业里面越来越重要的一个分支。根据《中国网络版权产业发展报告(2019)》统计显示,2018年中国网络版权的市场规模突破了7400亿元人民币,同比增速为16.6%,从2013年至2018年的年复合增速达到了28%;而在产业细分结构方面,新闻、游戏和视频成为三大支柱,合计贡献了85%的份额,同时,直播、动漫和短视频的占比也逐步提高,产业结构日趋多元化;更重要的是,从盗刊模式上看,广告收入与用户付费的占比已经接近1:1,说明用户付费意识的觉醒,也为产业的发展,特别是优质内容的创作提供了更有利的生态环境。

目前,数字版权产业的发展有以下几个鲜明的特点:

· 内容生产大众化——“人人都是创作者,人人都是版权人”,以手机和其他外设工具为代表的创作工具的普及,人设大的不断成熟以及内容消费需求的个性化趋势为基础,以各种创作平台/自媒体平台的蓬勃发展为环境,内容生产由原来具有较高门槛的专业商业化行为逐渐变为低门槛的普通大众化行为,大量非职业创作人进入内容生产领域,如何为海量创作者提供优质高效的服务将会是未来行业所面临的课题,也会是最大的行业增长点。

· 版权服务智能化——随着人工智能、区块链、云计算、大数据等技术的日益成熟,逐渐成为版权产业改变的重要推动力量,在内容生产、分发、消费的各个环节发挥越来越大的作用。主要表现为智能化生产、算法化分发、个性化补充化消费,三者肯尼相扣形成完整的闭环,相互影响相互联动;而以传统巨头BAT和新兴巨头字节跳动为代表的各大平台,在逐步构建内容新生态,如何利用技术提高服务的效率,扩大服务的范围成为从业者面临的新课题。

· 用户范围扩大化——随着移动互联网的高速发展,以微博、微信、抖音、快手等平台为代表的社交媒体快速壮大(微博平台MAU接近6亿,平均DAU超2亿;3600万微信公众号中活跃比例已达16%以上;抖音平台的DAU更是超过了4亿),这些庞大的用户触生了许多新兴的应用场景和服务,内容生产的主体由原来的专业内容生产者变为了大众内容生产者,因此,如何为海量的内容生产领域由小众专业市场向大众审专业市场的转变,也会是最大的行业增长点。

· 版权保护规范化——随着中美贸易协定的逐步签署,知识产权成为其中最为引人关注的议题,而作为知识产权重要组成部分的版权,国家的保护力度也在不断加大,如于2019年的“剑网行动”对网络侵权行为的打击日见成效,以《著作权法》为代表的相关法律不断完善。而公众版权意识的不断加强,也是版权产业不断壮大的核心推动力。在2019年的《政府工作报告》中,总理提出了“全面加强知识产权保护,健全知识产权侵权惩处和快速维权机制,促进知识产权创造和运用”;而中共中央在以发的《深化党和国家机构改革方案》中,决定由中央宣传部统一管理版权工作。这一系列的措施,无不体现了党和国家对知识产权保护工作的高度重视,这也为版权产业的发展提供了新契机。

“内容生产大众化、版权服务智能化、用户范围扩大化、版权保护规范化”等趋势,推动版权行业高速发展,而中国的数字版权产业,也在展现出无限潜力。

(1)主动承担社会责任,反映社会责任感;

(2)用户版权意识提高,付费意愿逐步增强;

(3)版权产业跨界融合,产业生态不断创新;

(4)创作形式持续创新,技术推动产业发展;

(5)海外市场方面加大,原创文化国际认可。

数字版权行业的高速发展壮大,为公司核心主营业务的增长提供了广阔的空间,公司将迎来高速发展的历史机遇期。公司将坚持以“让版权实现更大价值”为使命,以成为世界上最大的版权服务商为愿景,向内把心修炼内功,向外积极拓展客户,通过不断强化以“版权家”为核心的对权不同业务品类的小生态,构建版权服务的大生态。

3.主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

☐ 是 √ 否

单位:元

	2019年	2018年	本年比上年增减	2017年
营业收入(元)	432,752,749.83	714,872,486.11	-39.46%	618,420,472.76
归属于上市公司股东的净利润(元)	24,067,568.30	75,525,209.45	-68.15%	-305,071,834.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-239,770,406.84	13,564,916.22	-1,867.58%	-411,132,588.76
经营活动产生的现金流量净额(元)	69,966,034.18	-137,740,789.49	150.79%	-22,309,892.36
基本每股收益(元/股)	0.0388	0.1211	-67.96%	-0.5875
稀释每股收益(元/股)	0.0388	0.1211	-67.96%	-0.5875
加权平均净资产收益率	1.08%	3.42%	-2.34%	-16.63%
	2019年末	2018年末	本年末比上年末增减	2017年末
总资产(元)	2,266,563,046.72	2,521,858,973.64	-10.56%	2,496,861,011.91
归属于上市公司股东的净资产(元)	1,896,266,564.61	2,186,643,871.73	-15.11%	2,217,496,298.47

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	109,921,294.29	87,610,727.26	87,131,679.53	148,089,047.75
归属于上市公司股东的净利润	99,620,927.44	738,087.97	-13,246,146.73	-62,966,313.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	243,807.92	-5,112,751.56	-14,140,127.84	-220,761,335.36
经营活动产生的现金流量净额	19,639,925.87	3,473,898.56	2,870,406.91	43,970,713.86

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

☐ 是 √ 否

4.股东及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	76,676	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	74,318	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0